

# Conceitos de Marketing e Propaganda - um resumo

por Edson de Almeida e Franzen

O cérebro é como um pára-quedas. Só funciona quando está aberto.

Sir James Dewar

De modo geral, as pessoas confundem marketing e propaganda. Depois de muitos anos de insucessos, percebi que a falha nas 3 empresas anteriores criadas por mim, assim como a falha em me dar bem com os programas de computadores e produtos de minha autoria, era somente uma: o desconhecimento da ciência chamada marketing.

Eu era uma destas pessoas que confundia tudo: marketing, publicidade, propaganda, mercado, venda e compra. Nós podemos ter o melhor produto até hoje já criado no mundo, mas se desconhecemos as bases mercadológicas do marketing, o produto ficará onde está: na gaveta, na prateleira ou no porão.

O termo marketing poderia ser traduzido para “mercado em ação”. Pois o mercado muda agilmente dia a dia, principalmente o de Informática e Internet. A missão do homem de marketing é interrogar constantemente o usuário, o comprador, o cliente, o membro da igreja, o aluno, sobre o que deseja de certo produto ou serviço. Devemos ter a sensibilidade de aprender e descobrir o que ele(s) quer(em).

Não sabemos colocar a mão no ombro do usuário e cliente para conversar com ele com amor e sabedoria, com simplicidade, educação e respeito. Quem aprende isto, tem sucesso.

## Propaganda

Mas e propaganda: o que é? Propaganda é a técnica de criar opinião pública favorável a um determinado produto, serviço, instituição ou idéia, visando orientar o comportamento humano num determinado sentido.

Os objetivos da propaganda são:

1. Aumentar a participação no mercado;
2. Estimular as vendas.

Se em vez de um produto fosse uma escola, os objetivos da propaganda seriam:

1. Aumentar a freqüência;
2. Manter os matriculados.

Se fosse uma igreja:

1. Aumentar a freqüência dos membros, mostrando-lhes o caminho da salvação;
2. Mantê-los na igreja, dando-lhes alimentação espiritual, para que possam multiplicar.

Só que temos feito propaganda para milhares, para milhões. Milhares e milhões não são seres, não existem. Existem indivíduos. Todas as mensagens precisam ser percebidas, entendidas e aceitas por cada uma das pessoas, individualmente.

Precisamos redirecionar para as pessoas toda a propaganda que fazemos para que seja eficiente.

Acrescento abaixo uma dica com 4 questões para ajudar você leitor na sua vida de homem ou mulher de marketing.

O anuncio publicitário para um livro, texto, produto, empresa, ensino, igreja, serviço tem que ser:

### 1- Interessante

Claro, transparente, objetivo, agradável, surpreendente. O consumidor não tem tempo e nem boa vontade para ficar tentando descobrir o que o anúncio ou a embalagem está tentando dizer.

### 2- Informativo

Se o anúncio não for informativo, será apenas uma montagem de palavras. Não dirá nada.

### 3 - Humano

Tem que ser humano, senão não passará de um comunicado.

### 4 - Honesto

Se não for honesto, tem vida curta. A boa propaganda apressa a falência do mau produto e das mentiras.